

## Entrepreneurship in der digitalen Wirtschaft

<b>Titel</b> <i>Course title</i>	Entrepreneurship in der digitalen Wirtschaft
<b>Fachstatus</b> <i>Course status</i>	Pflichtfach
<b>Zielgruppe</b> <i>Target Group</i>	2. Semester Master-Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen
<b>Kurzbeschreibung</b> <i>Course description</i>	Die Lehrveranstaltung vermittelt Kenntnisse im Bereich E-Entrepreneurship = Entrepreneurship in der digitalen Wirtschaft.
<b>Vorkenntnisse (empf.)</b> <i>Prerequisites (recomm.)</i>	Erfolgreich abgeschlossenes Bachelorstudium mit Entrepreneurshipkenntnissen.
<b>Arbeitsmittel</b> <i>Required materials</i>	Literatur (ausgewählte): Bygrave & Zacharakis: The Portable MBA in Entrepreneurship - Wiley-Verlag: 2010 Bygrave & Zacharakis: Entrepreneurship - Wiley-Verlag: 3. Auflage 2013 Hisrich, Peters & Shepherd: Entrepreneurship - McGraw-Hill: International Edition 2010
<b>Lehrresultate</b> <i>Course outcomes</i>	Die Studierenden erkennen somit die wichtigsten Fragestellungen im Rahmen eines Gründungsprozesses und verfügen anschließend über breites Wissen einschließlich der wissenschaftlichen Grundlagen und der praktischen Anwendung zur Bedeutung des Entrepreneurships im volks- und betriebswirtschaftlichen Kontext. Sie können ihr Wissen abrufen und ergänzt um eigene Beispiele, in einem geänderten Kontext wiedergeben. Die Studierenden können Merkmale und Faktoren erfolgreicher Unternehmensgründungen erschließen und Gründungsideen anhand von Kriterien und erworbenen Methoden bewerten sowie eigenständig entwickeln und visualisieren. Die Themen werden außerdem mit praktischen und aktuellen Schwerpunktthemen verknüpft um so einen Anwendungsbezug darzustellen.

Einzelaspekte der Veranstaltung werden anhand von ausgewählten Fallstudien (in englischer Sprache) vertieft. Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen im Innovations- und Technologiemanagement erläutern und anwenden. Die Studierenden können Arbeitsschritte bei der Lösung von Problemen auch in neuen und unvertrauten sowie fachübergreifenden Kontexten des Innovations- und Technologiemanagements planen und durchführen. Die Studierenden können Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren, die eigene Entwicklung planen sowie mit Blick auf gesellschaftlichen Auswirkungen reflektieren. Die Studierenden können in Gruppen kooperativ und verantwortlich arbeiten sowie das eigene Kooperationsverhalten in Gruppen kritisch reflektieren und erweitern.

**Inhaltsangaben**  
*Course topics*

- Im Rahmen der Veranstaltung erhalten die Studierenden unter anderem einen Einblick in den unternehmerischen Prozess, das Erkennen von Geschäftsmöglichkeiten sowie die Gestaltung und Veränderung von jungen Unternehmen. Daneben werden die Studierenden in die Lage versetzt, Geschäftsmodelle auf einfacher Ebene zu verstehen. Gleichzeitig umfasst die Veranstaltung die Strategieentwicklung, grundsätzliche Aspekte des unternehmerischen Marketing, Wachstumsformen und -strategien, Unternehmertum im Kontext etablierter Unternehmen sowie Social Entrepreneurship.
- Bei der Behandlung der genannten Aspekte wird ein Schwerpunkt auf Gründungen in der digitalen Wirtschaft gelegt.

**Lehrmethoden**  
*Course methods*

Entrepreneurship in der digitalen Wirtschaft (Vorlesung, 2 SWS)  
Entrepreneurship in der digitalen Wirtschaft (Übung, 1 SWS)  
Betreute Bearbeitung einer Fallstudie

**Besonderheiten**  
*Special features*

Keine

**Weiterführende Kurse**  
*Related courses*

Keine

**Umfang / Credits**  
*Course structure*

2 – 1 – 5 (SWS Vorlesung – SWS Labor/Übung – Credits)

**Leistungsnachweis / Dauer**  
*Assessment / Duration*

Portfolio-Prüfung

<b>Lehrpersonen</b> <i>Lecturers</i>	Institut für Entrepreneurship und Business Development Prof. Dr. Christian Scheiner
<b>Verantwortlich</b> <i>Coordinator</i>	Prof. Dr. Christian Scheiner
<b>Letzte Überprüfung</b> <i>Last review</i>	12.04.2016
<b>Letzte Änderung</b> <i>Last update</i>	12.04.2016